

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра менеджмента, маркетинга и логистики

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В
ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

И.о. заведующего кафедрой
канд. экон. наук, доцент

 Ю. А. Шумилова
«10» 06 2019г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(магистерская диссертация)

**ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ ФИРМЫ
НА РЫНКЕ КОСМЕТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа «Маркетинг»

Выполнила работу
студентка 2 курса очной формы
обучения



Ильина
Кристина
Николаевна

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент



Замураева
Лариса
Евгеньевна

Рецензент
ФГБОУ ВО ГАУСЗ,
канд. экон. наук, доцент



Медведева
Любовь
Борисовна

г. Тюмень, 2019

Работа выполнена на кафедре менеджмента, маркетинга и логистики и
Финансово-экономического института ТюмГУ
по направлению «Менеджмент»,
магистерская программа «Маркетинг»

Защита в ГЭК
протокол от 19.06.19 № 05
оценка хорошо

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ ФИРМЫ	7
1.1. Сущность и инструменты комплекса продвижения	7
1.2. Научные взгляды на основные тенденции современного продвижения фирм	20
1.3. Специфика продвижения фирмы на рынке косметических услуг..	27
ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ.....	43
2.1. Анализ тенденций развития рынка косметических услуг России и Тюменской области	43
2.2. Характеристика деятельности и оценка экономических показателей фирмы косметических услуг	65
2.3. Маркетинговые исследования потребителей и изучение существующего комплекса продвижения фирмы на рынке косметических услуг	74
ГЛАВА 3. ФОРМИРОВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ ФИРМЫ НА РЫНКЕ КОСМЕТИЧЕСКИХ УСЛУГ	100
3.1. Алгоритм продвижения фирмы на рынке косметических услуг ...	100
3.2. Мероприятия комплекса продвижения косметической фирмы и оценка экономической эффективности	107
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	118
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	124
ПРИЛОЖЕНИЯ	129

ВВЕДЕНИЕ

В условиях рыночной экономики компаниям для удержания своих позиций на рынке необходимо внедрять принципиально новые способы разработки маркетинговой коммуникативной политики и программ продвижения компании на рынке. Поэтому становится актуальной проблема формирования комплекса продвижения, при помощи которого возможно поддержание высокого уровня эффективности деятельности фирмы.

На сегодняшний день немногие компании пользуются эффективной системой продвижения товаров или услуг. В большинстве случаев средства рекламного воздействия на потребителя выбираются на интуитивном уровне без предварительного расчета окупаемости рекламной компании.

Все вышеизложенное определило целесообразность исследования теоретических и практических основ формирования комплекса продвижения фирм на рынке косметических услуг.

Анализ различных аспектов разработки комплекса продвижения содержится в ряде книг, диссертационных исследований, и научных статьях. Трактовка понятий «продвижение» и «маркетинговые коммуникации», исследование проблемы их соотношения, нашли отражение в научных трудах следующих ученых: Г.Л. Багиева, В.М. Тарасевич, Х. Анна, Л.А. Данченка, Н.Г.Федько, В.П. Федько.

Исследованию составляющих комплекса маркетинговых коммуникаций посвящены работы таких отечественных ученых, как Аксенова К.А., Евстафьев В. А., Катернюк А.В., Климин А.И., Федько В. П., а также зарубежных ученых как Фред И. Хан, Смит П., Бэрри К., Пулфорд А., Плесси Э.

Целью магистерской диссертации является развитие теоретических аспектов, разработка алгоритма и мероприятий комплекса продвижения фирмы на рынке косметических услуг.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих задач:

- изучить теоретические аспекты комплекса продвижения фирмы;
- проанализировать рынок косметических услуг России и Тюменской области;
- дать характеристику деятельности и экономических показателей фирмы косметических услуг;
- провести маркетинговое исследование потребителей и изучить существующий комплекс продвижения косметической фирмы;
- обосновать алгоритм продвижения и мероприятия комплекса продвижения косметических услуг фирмы, рассчитать экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Объект исследования магистерской диссертации – деятельность фирм на рынке косметических услуг, в том числе ООО «Академия красоты «Шик бьюти» .

Предмет исследования магистерской диссертации – теоретические и практические аспекты формирования комплекса продвижения фирмы на рынке косметических услуг.

В качестве информационной базы исследования выступают действующие законодательные акты и нормативные документы, научные публикации отечественных и зарубежных специалистов по теме исследования.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы. В первой главе диссертации рассмотрены сущность и инструменты комплекса продвижения, научные взгляды на основные тенденции современного продвижения фирм, а также особенности продвижения фирмы на рынке косметических услуг.

Во второй главе проведен анализ тенденций развития рынка косметических услуг России и Тюменской области, дана характеристика деятельности и экономических показателей ООО «Академия красоты «Шик

бьюти» . Проведено маркетинговое исследование потребителей и изучен существующий комплекс продвижения фирмы на рынке косметических услуг.

В третьей главе диссертации предложены алгоритм и мероприятия комплекса продвижения фирмы на рынке косметических услуг, а так же рассчитана экономическая эффективность этих мероприятий.

Научна новизна магистерской диссертации заключается в следующем:

- систематизированы современные тенденции продвижения услуг;
- уточнено понятие «комплекс продвижения косметической фирмы», которое учитывает специфику оказываемой услуги;
- разработан алгоритм и комплекс мероприятий по продвижению фирмы на рынке косметических услуг, основанный на интегрированных маркетинговых коммуникациях и включающий в себя 6 этапов.

В диссертационной работе представлено 38 рисунков и 15 таблиц.

По теме магистерской диссертации исследования было опубликовано 4 статьи, общий объем которых составляет 0,76 п.л.

